

VERMARKTUNG FACHLEUTE HELFEN BEIM VERKAUF DER EIGENEN IMMOBILIE

Der erste Eindruck entscheidet

Experten raten, die Räume in Szene zu setzen. Kleinkram lenke meist nur ab. Potenzielle Käufer sollen erkennen können, wie Räume mit ihrem eigenem Mobiliar aussehen.

Yvonne van de Straat-Werner

Montagsmorgen zehn Uhr: Das Telefon klingelt in der Filiale von Dahler & Company. Ein Einfamilienhaus in guter Wohnlage soll verkauft werden. Der Kunde gibt an, dass er schon mehrere Monate versucht, seine Immobilie zu verkaufen. Doch ohne Erfolg.

„Das kennen wir“, bestätigt Axel Beth, Leiter der Filiale Alstertal. „viele Verkäufer haben nicht den sogenannten ‚roten Faden‘ in der Immobilie. Oft wird nicht erkannt, dass zu viele Stilrichtungen die Raumverhältnisse zerstören. Der Käufer könnte bei so einem Anblick sogar abgeschreckt werden.“

Axel Beth schlägt dem Kunden einen Besuchstermin mit einer Beraterin vor. Schon längere Zeit sind er und Madeleine von Beckerath, Gründerin von Home Staging in Hamburg, ein eingespieltes Team. Zusammen mit Kirsten Schildt gründete die Schwedin im Jahr 2006 ihre eigene Firma. Der Begriff Home Staging kommt aus dem englischen Sprachgebrauch und heißt in der Theaterwelt so viel wie: in Szene setzen.

Entstanden ist dieser Berufszweig in den USA. Schon vor etwa 35 Jahren gründete dort die Amerikanerin Barb Schwarz ihr Home-Staging-Unternehmen. Sie setzte die zu verkaufende Immobilie in Szene und bemerkte, dass damit die Objekte schneller verkauft wurden als sonst. Von dieser Idee waren auch bald die Engländer fasziniert. Dort gibt es inzwischen ganze Fernsehsendungen, die sich mit dem Thema Home Staging beschäftigen. Auch in Schweden wird das Home Staging schon seit einigen Jahren praktiziert. Seit zwei Jahren gibt



Der für den Verkauf neu gestaltete Wohnraum (i.) und vor der Veränderung (unten). Deutlich ist zu erkennen, dass die dunklen Teppiche und Möbel, ebenso der Fernseher, den Blick vom gesamten Wohnraum ablenken. Die hellen Möbel machen den Raum jetzt noch behaglicher. Ebenso wurde auch die Schrankwand „aufgeräumt“ und kommt nun in ihrer klaren Struktur besser zur Geltung. FOTOS: DAHLER & COMPANY (3)



Für Christiane Freytag erleichtern viele Lichtquellen und ein angenehmer Geruch die gute Vermarktung.

FOTOS: FREYDAG (3)



Axel Beth, Leiter der Dahler- & Company-Filiale Alstertal, sagt: Viele Verkäufer machen sich zu wenig Gedanken über ihre Einrichtung.



Madeleine von Beckerath empfiehlt auch kleine Renovierungsarbeiten, die aber eine große Wirkung haben können. FOTOS: BECKERATH (3)

es diese Dienstleistung nun auch bei uns. „Wir haben bisher gute Erfahrungswerte. Es lohnt sich, das Immobilienobjekt vor dem Verkauf in Szene setzen zu lassen. Das Objekt wird so besser und schneller verkauft“, weiß Axel Beth zu berichten. „Nur acht Sekunden entscheiden über den Kauf einer Immobilie, kann man einer amerikanischen Studie entnehmen“, fügt der Immobilienmakler hinzu. Das Grundprinzip beim „Stagen“ ist es, die Immobilien so attraktiv wie möglich zu gestalten, sodass eine „Wohlfühl-Atmosphäre“ und ein optisch guter, geräumiger Gesamteindruck

entsteht. Auch ein gepflegter Garten, saubere Terrassen oder Balkone spielen dabei eine große Rolle. Stager arbeiten meistens mit den bereits vor Ort vorhandenen Materialien und Gegebenheiten. Im Bedarfsfall werden auch mal Möbel oder Accessoires ausgeliehen oder Vorhänge gewechselt. Oft wird eine Grundreinigung der Räume notwendig. Schuhe im Eingangsbereich oder verschmutzte Zahnputzbecher verschwinden. Vorhandene persönliche Gegenstände wie Fotos- oder Sammelobjekte wie zum Beispiel Trophäen – werden aus allen Zimmern entfernt, um den

Käufer nicht vom Objekt abzulenken. Alles wird auf Wesentliches reduziert. Wichtig ist es, dass ein neutraler, heller Gesamteindruck entsteht. Schließlich sollen viele Zielgruppen angesprochen werden. Kleinere Renovierungsarbeiten oder Malerarbeiten sind manchmal trotzdem erforderlich.

„Es ist fast so wie beim Verkauf eines Autos. Da wird das Auto ja auch geputzt und kleinere Lackschäden beseitigt“, erzählt Madeleine von Beckerath. Auch die Hamburger Home Stagerin Christiane Freytag, Inhaberin der Firma Christiane Freytag home-staging-services, weiß zu berichten, dass der erste Eindruck zählt. „Man hat nur eine Chance für den ersten Eindruck“, sagt sie, die lange in Kanada gelebt hat. Christiane Freytag achtet besonders auf Lichtquellen und Gerüche. „Alles muss stimmig sein. So kann der Duft eines selbst gebackenen Kuchens manchmal schon Wunder wirken“, erzählt sie aus ihrem Erfahrungsschatz.

Auch sie arbeitet mit den Gegebenheiten und Materialien, die sie vor Ort beim Kunden vorfindet. Anhand eines erarbeiteten Konzeptes kann der Kunde bei beiden Unternehmerinnen entscheiden, ob er die vorgeschlagenen Verbesserungs-Maßnahmen selber ausführen möchte oder sich lieber von Profis helfen lässt. Beide Home Stager verfügen



über ein großes Netzwerk an Dienstleistern, wie Handwerker oder Gärtner, die bei Bedarf vermittelt werden können. Auch Kontakte zu guten Fotografen sind vorhanden, damit das Verkaufsobjekt für eine Immobilienveröffentlichung gut präsentiert werden kann.

Die Preise für eine 1,5 bis zwei Stunden dauernde Beratung lie-

gen je nach Unternehmen bei etwa 290 Euro, zuzüglich MwSt. Ebenso kann die Berechnung auch zu einem Quadratmeterpreis von drei Euro erfolgen. Informationen zum Service der beiden in Hamburg ansässigen Beraterinnen sind im Internet unter www.home-staging.de oder unter der Adresse www.home-staging-services.de zu finden.



Hell und freundlich mit farblich passenden Handtüchern präsentiert sich dieses Bad jedem Besucher. Tipp: Bei Besichtigungen Licht einschalten.



Ein Bad sagt viel über die Bewohner aus. Möglichst sollte Unordnung hier nicht vorherrschen. Alles sollte auch hier sauber und einladend aussehen.



Tisch, Stuhl, Leuchte, Teppich und Vorhangstoff machen deutlich, wie der Raum genutzt werden kann.



Schwer vorzustellen, dass man aus diesem Raum ein kleines, nettes Esszimmer machen kann.